

Title	京大東アジアセンターニュースレター 第512号
Author(s)	
Citation	京大東アジアセンターニュースレター (2014), 512
Issue Date	2014-03-31
URL	<a href="http://hdl.handle.net/2433/185142">http://hdl.handle.net/2433/185142</a>
Right	
Type	Others
Textversion	publisher

## 目次

- 読後雑感 : 2014年 第12回
- 上海街角インタビュー ②④
- 【中国経済最新統計】

## 読後雑感 : 2014年 第12回

26. MAR. 14

中小企業家同友会アジア情報センター代表  
東アジアセンター外部研究員(協力会副会長)  
小島正憲

- 1. 「老楽国家論」    2. 「“孤独”が一流の男をつくる」    3. 「老いてこそ過激に生きよ」
- 4. 「日本人が海外で最高の仕事をする方法」    5. 「日本はなぜアジアの国から愛されるのか」

### 1. 「老楽国家論」 浜矩子著 新潮社 2013年11月20日

副題 : 「反アベノミクスの生き方のススメ」

帯の言葉 : 「人も国家も老いは楽し。世界経済から透かしてみた、日本人のための浜流“国家論”決定版」

浜矩子氏の著作には文学作品のような描写が多く、小難しい理論を書き立てる学術論文ではないので、読みやすいが、反面、読み終わったとき、いつも物足りなさを感じる。それでも浜氏が私の母校の同志社大学の教授であるので、ついつい購入し読むハメになる。しかし今回だけは、この題名につられて買った。現在の私の興味は、「老人問題」であり、きっとこの本には、そのヒントが書かれていると思ったからである。だが本書を読み終わって、いつもと同じく、そこから私の興味を満足させる明快な結論を見出すことはできなかった。それでも私はこの本から、想定外で望外の収穫を得ることができた。従来から私が主張し続けてきた、「中国経済は砂上の楼閣」論を裏付ける浜氏の理論展開を学ぶことができたからである。

浜氏は GDP と GNP の違いを、「どこで作るか」と「だれが作るか」の差である書き、「 $GNP = GDP + (\text{海外からの所得の受け取り} - \text{海外への所得の支払い})$ 」であると説明している。浜氏は明確に書いているわけではないが、私は本当の国力は上掲の GNP 計算で行わねばならないと考える。GDP 評価は、その国の真の国力評価を誤らせるものである。中国では、全土で無数の外資が企業活動を行っており、それは GDP の半分ほどに迫るものである。したがってそれは GNP で考えると、外資の出身国にカウントされるべきものである。また中国から海外に投資されたものは、そのほとんどが中国に還流しない性格のものであるから、中国の GNP にカウントしない方が正しい。なぜなら中国の企業家は、そのほとんどが母国を信頼せず、移民希望者が多数を占めており、その海外資産については進出先に帰属させることを望んでいるからである。日本の場合、日本で活躍する外資は少ない、したがって持ち出されるものも僅少である。また日本の海外進出企業は、わが社同様、その利益や資産を、極力、日本に還流させようとする。結局、中国の国力は、GNP 的思考で考えれば、はるかに日本に及ばないことになる。

こんな簡単な理屈を、今まで多くの識者は展開してこなかった。とは言っても、この2年間、私は中国関係の本をまったく読んでいないので、最近の研究成果を見聞してはいない。しかし依然として巷に、「中国脅威論」や「中国大国論」が跋扈しているのを見るにつけ、「中国論」は大きく変化していないと考える。そのような時期であるが故に、本書の浜氏の主張に、私は敬意と謝意を表す。

### 2. 「“孤独”が一流の男をつくる」 川北義則著 アスコム BOOKS 2013年3月6日

帯の言葉 : 「一流は“孤独”を愛し、二流は“群れ”を愛す    パーに一人で行けない男は大成しない」

この本を書店の棚で見かけたとき、「どうせ俗っぽい本だろう」と思ったが、本を手に取り「はじめに」の中に、以下の文章をみつけたので読んでみることにした。「孤独とどう向き合うか。それが人間の強さ、豊かさの源といえる。これからは“ひとり社会”の時代になる。いまは家族や友人たちが当たり前のようにそばにいても、いずれ“一人暮らし”のときがくる。そのときになってうろたえないように、いまから自分を磨いて孤独に強くなっておくことだ。だからといって、“ひとり社会”を暗くとらえることはない。人それぞれ、どう生きるかの選択肢が増えることでもある。そのとき頼りになるのが、

“孤独力”なのである。**“幸福になろうとする者は、まず孤独であれ”** しょせん、人間は一人で生まれ、一人で死んで行く。

また本書で川北氏は、「実業家の世界では“事業経営で一人前になるには、死ぬほどの大病をするか、刑務所に入るのがいちばん”という考え方がある。両方とも孤独になることだ。実際、**経営者は孤独なのである**」、「私は“死ぬまで働きなさい”がモットーだから、年金を基礎にして、ほかのプラスアルファをリアルタイムで稼ぐべきだと思っている」と、書いている。

さらに川北氏は、「今の日本人は死を否定的に考えすぎる。この傾向は、長寿社会がもたらしたマイナス面の一つだろう。長生きが普通でなかった時代は、誰もがそれなりに死というものを意識していた」、「日本人は伝統的に潔く死んでいく“死の美学”をもっている。いまはそれが失われたかという、そうでもない」と書き、各界著名人の「理想の死にアンケート」の回答を紹介している。以下にそれを記す。

- ・ひたすら遊行に徹し、パターンキューと死にたい。(瀬戸内寂聴)
- ・花の下で自作の杯でも傾けながら……。 (細川護熙)
- ・誰にも看取られることもなく、一人静かに死にたい。(立花隆)
- ・所詮は生き物、地球の上に野垂れ死によ。(柳家小三治)
- ・走り続けたまま終わりたい。(安藤忠雄)
- ・命がけの仕事をしている最中に「頓死」すること。(佐々淳行)
- ・おせっかい焼きの人間どもにいてもらいたくない。(フジ子・ヘミング)

### 3. 「老いてこそ過激に生きよ」 星亮一著 イースト新書 2014年2月15日

帯の言葉：「歴史に学ぶ“老人大国ニッポン”を生き抜く智慧」

本書は著者の星氏の自慢話の羅列のような本であり、さほど「過激」ではない。星氏は、「私は20代の後半に、歴史を考えるチャンスに恵まれ、活字や映像の世界も体験した。そして55歳になったら、会社に頼らない生き方をしようと考えた。定年が55歳だったが2年ほど延長になり、57歳で退職し、がむしゃらに本を書いた」、「若いときから自分が老人になった時、どうするかを考え、自分を磨き、自己責任で可能な限り生きる努力をすれば、高齢化社会もそう怖くはない」と書いている。79歳になったという星氏は、自らを「暴走老人」と呼び、高齢者に「過激に生きよ」と呼びかけている。以下に、星氏の主張の一端を記す。

- ・早死には本人の不幸、長生きは他人の不幸。
- ・65歳になったから、どうしようでは遅すぎる、75歳では完全に手遅れである。体力もないので、東日本大震災の復旧・復興に汗水を流すことも無理だろう。日本人は意識構造の大転換に迫られている。まず、40代になったら、自分は老人予備軍に入ったと考えるべきである。そして60代、70代になったとき、自分はどう生きるかをシミュレーションしなければならない。
- ・今の時代、重要な課題の一つは国際性である。若い時代に積極的に海外と交流すべきである。海外駐在は喜んで受けるべきだし、出張もどんどんすべきである。国際性はいい意味での暴走老人になるための必須条件である。国内だけの発想では、暴走老人にはなれない。
- ・功なり名を遂げた人物の自殺は、洋の東西を問わず結構多いものである。太宰治も、三島由紀夫もそうだった。人間、最後をどういう形で迎えるか。これはもう様々であるというしかないが、暴走老人にも、いつかは人生の終わりが来る。悔いのないように、精いっぱい生きる。それが人間の務めだろう。

### 4. 「日本人が海外で最高の仕事をする方法」 糸木公廣著 英治出版 2013年11月25日

副題：「スキルよりも大切なもの」 帯の言葉：「人を信じられる人が、いちばん強いのです」

この本は著者の糸木氏が、ソニーの社員として、「インド、トルコ、ルーマニア、ハンガリー、オランダ、ドイツ、イギリス、ベトナム、韓国。20年にわたり9か国に赴任して仕事をし」、「そうした中を手探りで進みながら見出してきた、どの国にも共通して言える“海外現地に溶け込み楽しみながら成功する方法”をお伝えすることを目的とし」、書いた本である。本書における糸木氏の体験に裏打ちされた記述は、多いに参考になる。私も糸木氏と同じく多くの国で、経営に携わってきたが、糸木氏の本書の記述が私より優れているのは、オランダ、ドイツ、イギリスなどの先進国での体験を積んでいることであろう。また、糸木氏は英語に堪能であり、その上に現地語に慣れるための努力をたゆまず続けている。その点で、多いに敬意を表するものである。また酒豪のようであり、それも現地に溶け込む武器として、多いに活用できたようである。語学と酒、これらは、私は糸木氏にはるかに及ばない。逆に糸木氏と私の共通点は、「アイディアマンであり、それを実行することに限りなく楽しさを感じる」という点であろう。私は本書を読み進め、糸木氏の多くのアイディアと、その実践に多いに感心したものである。

ただし糸木氏の大活躍にもかかわらず、ソニー本体はこの糸木氏の赴任時代に、経営が傾き、今やその輝きはまったく失われてしまった。そのことの責任について、本書で、糸木氏はまったく語っていない。当然のことながら、ソニ

一本体が倒産しようと、一介の社員である糸木氏の個人資産にはまったく関係がない。私の場合は、小島衣料が倒産すれば、即日、個人資産をすべて失い、私は路頭に迷うのに、糸木氏は精神的に私よりずいぶんと楽な生き方をしてきたのである。糸木氏は、ソニー本社の資金で、多くの海外体験を積むことができ、自分に泊を付けることもできたのである。これから糸木氏は、落日のソニーにどのような恩返しをするのだろうか。

糸木氏は結論を、「海外で仕事をする人が心がけるべき15条」として書き連ねている。しかしそれは常識的なもので、他の多くのノウハウ本と大きく違うことはない。むしろ、「海外で“異なるもの”にであうことによって企業が何を得られるのか、端的にまとめてみた」と書いていることの方が参考になる。そこには下記のようなことが書いてある。その項目名のみ列挙しておくので、詳しくは本書をお読みいただきたい。

- ・異文化への対応(グローバル化&ローカル化)
- ・異観点への対応(イノベーション文化の醸成)
- ・異条件への対応(ダイバーシティの活用)

## 5. 「日本はなぜアジアの国から愛されるのか」 池間哲郎著 育鵬社 2013年8月23日

帯の言葉：「20年以上、アジア各国で支援と交流を続けてきた著者が見たアジアと日本の真実」

「この本の雑感を書くのは、ひょっとすると2度目かもしれない。それでも前回とは違う感想を抱くかもしれない」と思いながら、この本を読んだ。しかし前回も、たしか「時間の浪費」と感じたことと記憶しているが、今回も同様だった。ただ一つ、今回、新たに気がついたことがあった。

私は本書に、「自分が死んだ後のことを常に考えている。押忍！」(P. 138)という文章をみつけた。この言葉は「オッス」と発音し、本来、武道関係者の挨拶に使用されるものであり、一般人の間ではあまり使われない。それを文章の最後に持ってくるということは、筆者が武道関係者であるとしか考えられない。筆者は本書で、再三にわたって、「右翼でもない、左翼でもない」と書いているが、「押忍」という文字をみただけで、どの翼に属するかは明瞭である

以上

\*\*\*\*\*

## 上海街角インタビュー ②④

社団法人大阪能率協会アジア・中国事業支援室副室長(海外委員)

順利包装集团董事长(在上海)

福喜多技術士事務所所長

福喜多俊夫

### 「中国のネットショップ」

中国インターネット情報センターの報告によれば、2013年6月末時点でのインターネットの利用者は5億9100万人に上り、普及率は44.1%に達する。また、インターネット利用者の増加と共に拡大し続けているのがネットショップの利用者だ。商務部の報告では2013年6月末のネットショップ利用者は2億7100万人で、2012年度のオンライン小売総額は1兆3100億元(約21兆円)となっている。それだけに競争も激しいようで、「ネットショップを開店するのは容易だが、経営は困難だ」として毎日約1万店のネットショップが開店に追い込まれているという。

ネットショップ利用者がこれだけ増加しているのには、利便性、サービス、品質面での信用度など中国人の心を掴む何かが隠されていると考え、街角インタビューを試みた。

質問は下記を中心に行った。①ネットショップはよく利用するか ②どのような物をネットでよく買うか ③どのような物は買わないか ④ネットショップで買って満足しているか ⑤梱包・配送に不満はないか ⑥その他、ネットショップについての意見

#### 1. 20歳代後半の女性 既婚 オフィス勤務

ネットショップはよく利用します。食べ物、服、家庭用品などいろいろな物を買います。ネットで服を買うのは安いし、品質もいいです。時間があればいろいろな商店の商品を比較できます。「一号店」は食べ物を売る大きなネットショップです。スーパーで買って持って帰る手間が省けます。値段は同じか安いです。

私は「一号店」「易迅」「京東」をよく利用します。「淘宝(タオバオ)」が一番大きくて何でも扱っていますが、商店の質にバラツキがあるので私はあまり利用しません。ネットで買うのは値段の安い大衆品が中心で、高級品は買いません。



---

ネットショップでの買い物は大体満足しています。品物を見てよくなかったらすぐ返品します。大抵のネット商店の場合、返品は問題ないです。私が「淘宝」をあまり利用しないのは、返品が難しいからです。品質問題があれば売り手が返送代金を負担しますが、買い手が実物に満足せず返品するときの送料は買い手負担です。

「淘宝」は商店毎にいろいろな宅配業者を使っていますが、「一号店」「易迅」「京東」は専門の配達業者が決まっており、相対的にサービスがいいです。私はこれら 3 商城（市場）の包装や配達に不満をもったことはありません。

## 2. 40 歳代前半の女性 専業主婦 子供 1 人

ネットショップはよく利用します。買うものは子供（6 歳です）の絵本や教育玩具、靴や衣服です。食べ物を買ったことはありません。ネット商城は「京東」をよく使います。代金引換だし、気に入らなければ返品します。梱包・配送では、箱がつぶれているときがあるけど、中国の宅配はこんなものと思っているから、中身が汚れていなければ問題にしません。

## 3. 40 歳代後半の女性 既婚子供 2 人（子供は米国籍）

ネットショップはよく利用します。子供の本、教育玩具、日用品、母に頼まれてキッチン用品もよく買います。いつも利用しているネット商城で、友人間で評判のよい店なら安心して買えます。誰かが粗悪品を掴まされたりしたら、あつというまに微信（中国版 Line）や微博（中国版ツイッター）で広まるから、そんな店はすぐ潰れてしまいます。

自分の衣類や靴は買いません。必ず試着をして買います。ネットで買っても試着して気に入らなかったら返品できるけれど、梱包し直して宅配業者に来てもらうのは面倒です。

普段ネットで購入しているものは大体満足しています。梱包や配達にも別段不満はありません。

## 4. 30 歳代前半の女性 既婚子供 1 人 オフィス勤務

私は数年前からネットショップを利用し始めました。以前は信用していなかったけれど、最近はどんどん普及し、使ってみると便利で安心です。でも、利用は月に 1~2 回程度です。買うものは本、衣服、電子製品のアクセサリが主です。子供は 2 歳ですが、ベビーケア用品は自分の目で見て買わないと安心できないのでネットでは買いません。

私は、今利用しているネット商城には満足しています。梱包・配送にも不満はありません。

以前、有名な大きな商城の中の小さい商店で安売りをしていた化粧品を買ったことがありますが、品質が一般商店で買っているものと違っててがっかりしたことがあります。（多分、偽物だったのでしょう）それ以来化粧品はネットでは買いません。

私の周囲の人（会社の中でも）の多くが、ネットショップの閲覧に夢中になり、彼女達はしばしば安さに釣られて、今すぐ必要でないものまで買っているようです。

## 5. 40 歳代中頃の女性 既婚 民間会社管理職

私はネットショップをよく利用します。衣類、靴、食品以外の日用品をよく買います。

購入したのものには大体満足しています。梱包や配送についても 90% 満足です。

私はネットショップを利用し始めてから 7 年になります。はじめのうちはいろいろ失敗し、ネット商城の商店にはピンからキリまでであることが分かりました。今では商店の信用度を見分ける目が出来ました。私は主として「淘宝」がビジネスライセンスを与えている商店から買います。「淘宝」は買い手保護のシステムがしっかりしています。

## 6. 40 歳代前半の男性 既婚子供 1 人 民間会社管理職

ネットショップはよく利用しますが、マイネット口座開設は個人情報保護に信用が置けないので開設していません。食品以外は何でも買います。食品購入は同居している両親のテリトリーなので任せています。梱包・配送に不満はありません。

私は出張が多く暇がないのでネットをよく利用しますが、買い物も好きなので、時間があればショッピングモールで買い物を楽しみます。品物を手にとって選ぶのはネットでは味わえない楽しみです。

私の従兄弟がネット商店で化粧品を販売していますが、顧客の信用もあり、繁盛しています。個人商店で年収 100 万元（約 1650 万円）あるそうです。

## 7. 50 歳代の男性

私自身はネットで買い物はしませんが、家内はよく利用しています。買うものは食品（ケーキ、海苔、

飴、ツマミなどいろいろ)、家具(セットではなく、単品のテーブル等)、家電(掃除機を買った)などいろいろです。食品でも肉、野菜など生鮮食料品は買いません。多分、生鮮食料品のネット販売は少ないと思います。上海では料理をするのは年配の人で、パソコンを使わないし、自由市場で買い物をするのが楽しみですから。

ネットはすべて配達なので買う方は楽だし、売る方も物流コスト(商店を構える家賃も含めて)の合理化に繋がります。中国ではますます盛んになると思います。

梱包・配送でトラブルも時にはありますが、ネット販売は返品可能なので問題ないです。評判の悪い宅配業者はネット商城から排斥されるので、宅配便サービスのレベルアップにつながります。

「淘宝」はマイネット口座制度があるので、ここにお金を入れておいて、受け取った商品に満足すれば、消費者は「淘宝」に支払い許可を出します。安全です。「淘宝」はこのシステムを銀行業としてやるように申請中です。私も家内も「淘宝」の金銭管理はしっかりしていると信用しています。

#### 8. 20歳代の女性 大学生

よく利用するというほどではないけれど、適当に利用しています。買うのはファッション小物(ファッショングラスとか)、電子機器のアクセサリなどです。大物は両親が買うから私が買う必要はありません。買ったものには大体満足しています。気に入らないものは返品すればいいですから。

#### 9. 40歳代後半の男性 既婚 子供1人

私は家電を買うときに利用しています。中国家電販売店大手(蘇寧電器、国美電器、五星電器)はネット販売に力を入れており、店頭価格とネットサイトの価格を同一にしているので安心して買えます。ネット上で各社の製品の性能と価格を比べて購入出来るし、支払いもオンライン決済が出来るので便利です。

話を聞いていて、中国のネットショップは成熟期に入っているとの印象を受けた。利用者も当初の失敗から優良商店を見分ける勘を養い、ネットで買うもの、買わないものを自分なりに決めているようだ。ただ、ネット口座については利用の意見が分れた。また、梱包・配達にもっと不満が出るかと予想したが満足度が高く、大手商城はかなりしっかり管理しているようだ。国家郵政局が発表した2013年上期の宅配便庶民満足度は76.5点とかなり低いので、ネットショップの配達でも不満が多く出ると予想していたが、これは予想外れであった。上海は宅配業者の競争が厳しいので他地域に比べサービスレベルが上がっているのかもしれない。

3月14日付の人民網は、北京美蘭徳信息公司と共同で行ったインターネットショッピングの満足度調査を掲載したが、それによると、ネットショッピング利用者の71.4%が、過去1年間にネットショッピングで不愉快な思いをしたと回答。そのトップ3は、①「画像や説明に誇張があつて実際の商品と異なり、商品を受け取ってがっかりした」56.5% ②「物流・宅配サービスのペースが遅い」25.0% ③「店舗のアフターサービスが良くない」24.4%であった。

3月7日付の新華網が2013年度のネットショップベスト10を発表していた。

1位	天猫商城(Tmall)	シェア	50.1%	(旧名は淘宝商城)
2位	京東商城		22.4	
3位	蘇寧易购		4.9	(蘇寧電器のネット通販)
4位	テンセント電商		3.1	
5位	アマゾン中国		2.7	
6位	1号店		2.6	
7位	唯品会		2.3	
8位	当当網		1.4	
9位	国美在線		0.4	(国美電器のネット通販)
10位	凡客誠品		0.2	

中国では官民あがてネットショップの普及に力をいれている。

#### \*京東商城がユーザー向けに消費者金融サービス開始

中国の大手ネットショッピングサイト・京東商城は2月15日より、ユーザーを対象に消費者金融サービス「京東白条」(約束手形)を開始する。ユーザーは同サイトで商品を購入する際、同サービスで一定の金額内の貸付を利用することが出来る。関係者によると、貸付の最高額は1万円で、3~12カ月のローンを組むことが出来るという。

(人民網 2 月 13 日)

\* ネット取引管理規則を発表、7 日内の無条件返品が可能に

中国国家工商行政管理総局は 2 月 13 日に公式サイトで「ネット取引管理規則」(以下、同規則)を発表した。同規則は 3 月 15 日より施行される。同規則は、消費者は商品受取日から 7 日以内に無条件で商品を返品できると規定した。(人民網 2 月 14 日)

以上

\*\*\*\*\*

## 【中国経済最新統計】

	① 実 質 GDP 増加率 (%)	② 工 業 付 加 価 値 増加率 (%)	③ 消費財 小売総 額増加 率(%)	④ 消費者 物価指 数上昇 率(%)	⑤ 都市固 定資産 投資増 加 率 (%)	⑥ 貿易収 支 (億ドル)	⑦ 輸 出 増加率 (%)	⑧ 輸 入 増加率 (%)	⑨ 外国直 接投資 件数の 増加率 (%)	⑩ 外国直 接投資 金額増 加率 (%)	⑪ 貨幣供 給量増 加 率 M2(%)	⑫ 人民元 貸出残 高増加 率(%)
2005 年	10.4		12.9	1.8	27.2	1020	28.4	17.6	0.8	▲0.5	17.6	9.3
2006 年	11.6		13.7	1.5	24.3	1775	27.2	19.9	▲5.7	4.5	15.7	15.7
2007 年	13.0	18.5	16.8	4.8	25.8	2618	25.7	20.8	▲8.7	18.7	16.7	16.1
2008 年	9.0	12.9	21.6	5.9	26.1	2955	17.2	18.5	▲27.4	23.6	17.8	15.9
2009 年	9.1	11.0	15.5	1.9	31.0	1961	▲15.9	▲11.3	▲14.9	▲16.9	27.6	31.7
2010 年	10.3	15.7	18.4	3.3	24.5	1831	31.3	38.7	16.9	17.4	19.7	19.8
2011 年	9.2					1549	20.3	24.9				
10 月		13.2	17.2	5.5	34.1	170	15.8	29.1	-0.6	8.7	16.7	14.1
11 月		12.4	17.3	4.2	21.4	145	13.8	22.6	-12.9	-9.8	16.2	14.0
12 月	8.9	12.8	18.1	4.1	5.7	165	13.3	12.1	-15.4	-12.7	17.3	14.3
2012 年						2303	7.9	4.3				
1 月				4.5	25.3	273	-0.5	-15.0	4.6	10.8	16.6	14.8
2 月		21.3		3.2	—	-315	18.3	40.3	38.7	-0.9	17.8	15.0
3 月	8.1	11.9	15.2	3.6	21.1	53	8.8	5.4	-6.5	-6.1	18.1	15.7
4 月		9.3	14.1	3.4	19.2	184	4.9	0.4	-26.1	-0.7	17.5	15.4
5 月		9.6	13.8	3.0	21.0	187	15.3	12.7	-6.1	0.0	17.9	15.7
6 月	7.6	9.5	13.7	2.2	21.8	317	11.3	6.3	-16.3	-6.9	18.5	16.0
7 月		9.2	13.1	1.8	20.6	251	1.0	5.7	-7.8	-8.6	18.9	16.0
8 月		8.9	13.2	2.0	19.4	267	2.7	-2.7	-12.7	-1.4	18.4	16.1
9 月	7.4	9.2	14.2	1.9	23.1	277	9.8	2.3	-6.4	-6.8	19.8	16.2
10 月		9.6	14.5	1.7	22.4	320	11.5	2.2	1.8	-0.2	14.6	15.9
11 月		10.1	14.9	2.0	20.0	196	2.8	-0.1	-8.7	-5.4	14.5	15.7
12 月	7.9	10.3	15.2	2.5	18.8	316	14.0	6.0	-7.8	-4.5	14.4	15.0
2013 年												
1 月				2.0	20.8	291	25.0	29.0	-12.4	-3.4	15.9	15.4
2 月				3.2		153	21.7	-14.9	-35.6	6.3	15.2	15.1
3 月	7.7	8.9	12.6	2.1	21.5	-9	10.0	14.2	-19.7	5.7	15.7	14.9
4 月		9.3	12.8	2.4	19.8	182	14.6	16.6	13.9	0.4	16.1	14.9
5 月		9.2	12.9	2.1	19.7	204	0.9	-0.1	-14.4	0.3	15.8	14.5
6 月	7.5	8.9	13.3	2.7	19.9	271	-3.3	-0.9	-17.3	20.1	14.0	14.1
7 月		9.7	13.2	2.7	20.2	178	5.1	10.8	1.2	24.1	14.5	14.3
8 月		10.4	13.4	2.6	21.4	285	7.1	7.1	-11.7	0.6	14.7	14.1
9 月	7.8	10.2	13.3	3.1	19.6	152	-0.4	7.4	-16.8	4.9	14.2	14.3
10 月		10.3	13.3	3.2	19.2	311	5.6	7.5	-8.2	1.2	14.3	14.1
11 月		10.0	13.7	3.0	17.6	338	12.7	5.4	-9.3	2.3	14.2	14.2
12 月	7.7	9.7	13.6	2.5	17.2	256	4.3	8.6	-3.4	-42.6	13.6	14.1
2014 年												
1 月				2.5		319	10.5	10.8	-8.6	-4.5	13.2	14.3
2 月				2.0		-230	-18.1	10.4	1.3	4.0	13.3	14.2

注：1. ①「実質 GDP 増加率」は前年同期（四半期）比、その他の増加率はいずれも前年同月比である。

2. 中国では、旧正月休みは年によって月が変わるため、1 月と 2 月の前年同月比は比較できない場合があるので注意されたい。また、( ) 内の数字は 1 月から当該月までの合計の前年同期に対する増加率を示している。

3. ③「消費財小売総額」は中国における「社会消費財小売総額」、④「消費者物価指数」は「住民消費価格指数」に対応している。⑤「都市固定資産投資」は全国総投資額の 86%（2007 年）を占めている。⑥—⑧はいずれもモノの貿易である。⑨と⑩は実施ベースである。

出所：①—⑤は国家統計局統計、⑥⑦⑧は海関統計、⑨⑩は商務部統計、⑪⑫は中国人民銀行統計による。